AXIZ eBusiness axiz.fr

Saviez-vous

que Google Adwords a inventé la méthode de ciblage par exclusion ?

que l'absence de mots clés à exclure dégrade la performance commerciale et financière d'une campagne ?

Suivez ce guide en 7 étapes pour ne plus payer les clics qui ne font qu'alourdir le budget de votre campagne.

Venez apprendre à Evitez les pièges, rentabilisez votre investissement.
http://www.axiz-ebusiness.com/ateliers/google-adwords.php

Une campagne adwords sans mots clés à exclure est condamnée à dériver

Faites-vous partie des annonceurs qui n'arrivent plus contrôler le coût au clic payé à Google ? Vous ne savez sans doute pas d'où vient la dérive. Plutôt que de mettre fin à cette méthode innovante de publicité sur mesure en ligne, ne vous êtes-vous jamais interrogé sur les facteurs qui déterminent le coût au clic ?

Connaissez-vous le "Google Quality Score" ? C'est un paramètre essentiel dans le fonctionnement de Google Adwords. Le quality score est un indicateur de qualité des campagnes et des annonces. Google s'en sert pour calculer le coût au clic qu'il va facturer à l'annonceur.

Bine évidemment, plus la qualité d'une campagne est élevée, meilleur sont ses performances commerciales et financières.

Vous vous demandez sans doute, alors comment améliorer le "Google Quality Score" et la pertinence d'une campagne ? Il y a en effet des méthodes d'optimisation des campagnes adwords adwords pour en améliorer la qualité.

Ce guide vous explique l'une des méthodes, souvent méconnue des annonceurs. Il s'agit de la méthode des mots clés à exclure.

D'autres méthodes sont présentées sur la page suivante :

http://www.axiz-ebusiness.com/tutoriaux-webinars/tuto-google-adwords.php

1. Le rôle des mots clés dans une campagne Adwords

Les liens sponsorisés ont inventés la méthode de publicité ciblée et sur mesure dont les mots clés sont le principal ingrédient. Ils identifient et qualifient l'attente de l'internaute en un instant T par la requête qu'il saisie dans l'outil de recherche, en l'occurrence dans Google pour lui présenter les annonces adéquates.

2. Le rôle des mots clés à exclure

Les annonceurs ont globalement compris le fonctionnement de base de la publicité par des liens textuels affichés dans les résultats de recherche de Google. Ils savent que pour faire présenter leur annonce par Google à l'internaute, ils doivent anticiper les requêtes de l'internaute et les intégrer comme mots clés à la campagne.

Mais le rôle des mots clés à exclure reste souvent le grand méconnu. Or, ils sont aussi si non plus importants que les mots clés à sélectionner dans le ciblage et la qualification de l'internaute. Lorsque vous définissez des mots clés à exclure, vous indiquez à Google de **ne pas diffuser votre annonce** auprès d'internautes dont la requête de recherche contient ces termes.

Un mot clé à exclure :

- Evite la diffusion des annonces pour des requêtes non pertinentes ;
- S'applique à l'ensemble d'un groupe d'annonces ou d'une campagne ;
- Diminue le nombre de clics qui ne génèrent pas d'action ;
- Qualifie davantage le trafic ;
- Augmente le retour sur l'investissement ;
- Interdit l'affichage des annonces sur des requêtes comportant des marques déposées et évite des risques juridiques subsidiaires.

Voici ce que **Google nous dit** au sujet des avantages des mots clés : « Les mots clés à exclure jouent un rôle essentiel dans l'élaboration d'une liste de mots clés performante. Si vous ajoutez des mots clés à exclure à votre groupe d'annonces ou à votre campagne, vos annonces ne sont pas diffusées lorsqu'une recherche porte sur ces termes. En filtrant les impressions indésirables, les **mots clés à exclure** peuvent vous aider à toucher les prospects les plus intéressants, à **réduire votre coût par clic** (CPC) et à **augmenter votre retour sur investissement**. »

Source :
http://support.google.com/adwords/bin/answer.py?hl=fr&answer=63235

3. Comment les mots clés à exclure augmentent « Google Quality Score » ?

Pour comprendre comment les mots clés à exclure améliorent la qualité des campagnes et en réduisent le coût, il faut comprendre les éléments qui interviennent dans le calcul de « *Google quality Score* ».

Google tient compte essentiellement de trois facteurs pour calculer la note de qualité de la campagne :

1. Taux de clic ;
2. La pertinence de l'annonce par rapport à la requête de l'internaute ;
3. La qualité de la page de destination.

Les mots clés à exclure, en évitant la diffusion des annonces pour des requêtes non pertinentes, **augmentent** mathématiquement le **taux de clic**.

Les mots clés à exclure, en limitant l'affichage des annonces aux seules requêtes qualifiées, **augmentent la pertinence de l'annonce** par rapport à la demande de l'internaute.

4. Un effet direct sur le budget de la campagne Google adwords

Outre la **réduction du coût au clic**, les mots clés à exclure nous aident également à optimiser et réduire le budget global de la campagne par le biais

de la **suppression des clics** des internautes dont la demande ne peut pas être satisfaite par notre offre.

Une troisième conséquence positive de ciblage de mots clés à exclure se produit au niveau du taux de transformation. Toute chose étant égale par ailleurs, les clics des internautes qui se rendent sur la page de destination des annonces sont plus qualifiés et ont une plus **grande probabilité d'aboutir** à l'objectif de la campagne.

Quelle stratégie pour identifier et cibler les mots clés à exclure ?

Vous venez d'apprendre les avantages des mots clés à exclure. Vous vous demandez sans doute, mais comment les trouver, comment les intégrer dans la campagne et comment les entretenir ? Voici quelques éléments de réponse.

5. Mots clés à exclure évidents, au niveau de la campagne Google Adwords

Commencez à lister les mots clés à exclure au niveau de la campagne. Ils comprennent tous les mots clés qui n'ont absolument rien avoir avec ce que vous faites. La démarche consiste de les lister mais surtout de les segmenter dans des groupes de mots clés à exclure homogènes.

a. Premier type de mots clés à exclure *évidents*

Si vous ne vendez que des fleurs artificielles, *fraîche* est un mot clé à exclure évident. Car, il va interdire des requêtes telle que fleur fraîche.

Si vous ne fabriquez que des objets en plastique, alors, *métal, bois, papier, carton,* sont des mots clés à exclure.

Si vous êtes revendeurs d'appareils électroménagers, il faut lister toutes les marques dont vous n'êtes pas revendeurs. Exemple : *TEFAL, AEG…*

b. Deuxième type de mots clés à exclure *évidents*

Cette liste s'inscrit dans le cadre juridique des campagnes Google adwords. Vous devez lister des marques qui se trouvent dans la sphère de votre activité. Cela peut s'agir, le cas échéant de l'enseigne d'un concurrent.

6. Mots clés évidents, à exclure au niveau de groupe d'annonces

Vous pouvez bloquer la diffusion de groupes d'annonces entiers en réponse à certaines requêtes en leur appliquant des mots clés à exclure.

Si **l'objectif** de votre campagne est de **vendre des pantalons** pour adulte et qu'elle est composée de deux groupes d'annonces : *pantalons femme* et *pantalons homme*. Le mot clé à exclure au niveau du groupe d'annonces est respectivement *homme* et *femme*. De cette manière pour toute requête d'achat de pantalon contenant le mot *femme*, les annonces de groupe d'annonces *pantalon homme* ne seront pas affichées.

Dans cet exemple, le mot *enfant* fera partie des mots clés à exclure au niveau de la campagne, afin qu'aucune annonces peu importe le groupe, ne soit affichée.

Comment intégrer les mots clés à exclure au compte Google adwords ?

1. Connectez-vous à votre compte AdWords à l'adresse https://adwords.google.fr ;
2. Sélectionnez la campagne ou le groupe d'annonces à modifier ;
3. Cliquez sur l'onglet **Mots clés ;**
4. Faites défiler la page pour accéder à la section des mots clés à exclure, en dessous du tableau principal des mots clés. Cliquez sur le signe "+"

Mots clés à exclure

Au niveau du groupe d'annonces

Ajouter | Modifier | Supprimer | Importer

Mot clé à exclure	Campagne	Groupe d'annonces
Ce groupe d'annonces ne contient aucun mot clé à exclure.		

Au niveau de la campagne — **Mots clés** | Listes de mots clés

Ajouter | Modifier | Supprimer | Importer

Mot clé à exclure	Campagne
Cette campagne ne contient aucun mot clé à exclure.	

Comme vous le constatez dans l'image ci-dessus, le menu « Mots clés à exclure », une fois développé en cliquant sur le signe « + », contient deux tableaux : "*Au niveau du groupe d'annonces*" et "*Au niveau de la campagne*". Cliquez sur le bouton ***Ajouter*** pour ajouter les mots clés à exclure que vous avez préparés.

7. Comment trouver des mots clés à exclure supplémentaires ?

a. Avant le démarrage de la campagne

Utilisez l'outil de mots clés de Google pour découvrir les requêtes des internautes relative à vos principaux mots clés : http://bit.ly/hX7WkT

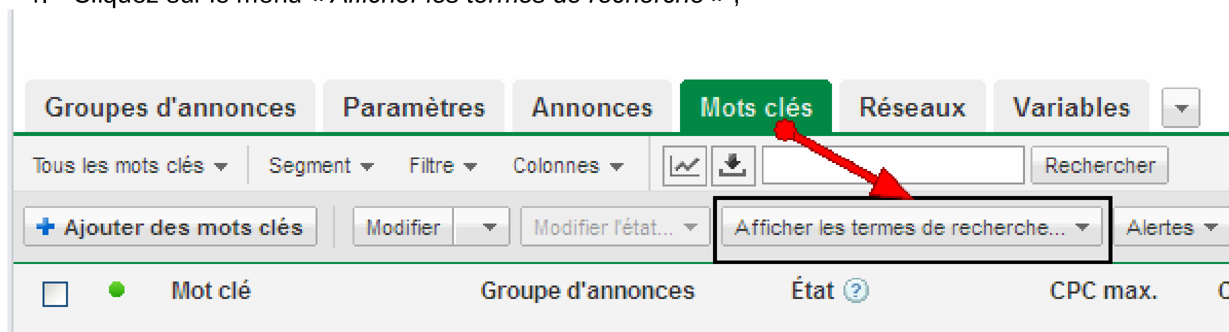
L'objectif est de détecter les requêtes qui contiennent des mots clés non pertinents pour les lister comme mots clés à exclure. Un magasin qui vend des vêtements femme grandes tailles marque, trouvera entre autres les requêtes suivantes et il en déduira les mots clés à exclure listés à droite :

Requêtes des internautes	Mots clés à exclure
vetement femme mode **pas cher**	pas cher
vetement femme grande taille chic	
destockage vetement femme	destockage
bon plan vetement femme	bon plan
vetement femme **pas cher en ligne**	pas cher en ligne

vetement femme a petit prix petit prix
……

a. Après le démarrage de la campagne
Une fois votre campagne lancée, Google vous fournira des informations sur les requêtes qui ont déclanché l'affichage de vos annonces. A vous de les analyser régulièrement pour détecter les mots clés non pertinents et les ajouter à la liste des mots clés à exclure. Voici comment y accéder :

1. Connectez-vous à votre compte AdWords à l'adresse https://adwords.google.fr ;
2. Sélectionnez la campagne à modifier ;
3. Cliquez sur l'onglet **Mots clés ;**
4. Cliquez sur le menu « *Afficher les termes de recherche* » ;



Vous obtenez alors une série de requêtes qui ont déclanché l'affichage de vos annonces. Certaines d'entre elles sont non pertinentes. La démarche est exactement comme démontrée dans la partie précédente. Il faut détecter les termes à exclure et les ajouter à la liste des mots clés à exclure.